ทัศนคติต่อการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูล

รอกิ๊บ เล็มโดย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสตูล (2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสตูล (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล และ (4) เพื่อศึกษาปัจจัยความรู้และความเข้าใจ และ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูล จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ค่าร้อยละ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยตัวแปรพบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด (M=4.33,SD=.0.58) ด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลโดยรวมในระดับมากที่สุด (M=4.38,SD=.0.56) และ ด้านความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาลโดยรวมในระดับมากที่สุด (M=4.33,SD=.0.58) ส่วนผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลรวม 63.30% และ ปัจจัยความรู้และความเข้าใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พักแรม และ ด้านอาหาร ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลรวม 83.40%

คำสำคัญ: ความรู้และความเข้าใจ, คุณภาพการให้บริการ, การท่องเที่ยววิถีฮาลาล

[1]หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
หมู่6 ถนนทุ่งควนจีน ตำบลควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110, ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: 6624104457@rumail.ru.ac.th
[2]หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

PERCEPTIONS OF THAI TOURISTS REGARDING HALAL TOURISM SERVICE PROVISION IN SATUN PROVINCE

Rokib Lemdoi

ABSTRACT

This research aims to (1) To study the knowledge and understanding of halal among tourists in Satun Province. (2) To examine the quality of halal tourism services as perceived by tourists in Satun Province. (3) To investigate the level of satisfaction with the quality of halal tourism services. (4) To explore the relationship between knowledge and understanding of halal, service quality, and satisfaction with halal tourism services. The researcher gathered information using questionnaires that were distributed to a sample of 400 tourists in Satun Province. Data analysis employed statistics like mean, standard deviation, frequency, and percentage. Pearson's correlation coefficient and multiple regression were used.

The research results indicate that Tourists had the highest level of agreement regarding the overall service quality (M=4.33, SD=.0.58), the overall knowledge and understanding of halal (M=4.38, SD=.0.56), and the overall satisfaction with the quality of halal tourism services (M=4.33, SD=.0.58). Multiple regression analysis revealed that service quality factors such as responsiveness, knowledge of customers, trust, and tangibility significantly influenced overall satisfaction with halal tourism services, accounting for 63.30% of the variance. Furthermore, knowledge and understanding factors related to tourist attractions, accommodations, and food contributed significantly to overall satisfaction with halal tourism services, explaining 83.40% of the variance.

Keyword: knowledge and understanding, service quality, halal tourism services

[1]Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand
Village No. 6, Thung Khuan Chin Road, Khuan Lang Subdistrict, Hat Yai District, Songkhla Province 90110
Corresponding Author Email: 6624104457@rumail.ru.ac.th
[2]Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวแบบฮาลาล (Halal Tourism) เป็นชื่อเรียกการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เป็นการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็วในหลายภูมิภาคของโลก ศาสนาอิสลามจัดเป็นกลุ่มศาสนาที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก Global Muslim Travel Index 2022 รายงานว่าในปี พ.ศ. 2565 มีประชากรมุสลิมประมาณ 2 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรโลกทั้งหมด และคาดว่าภายในปี 2571 จะมีการเดินทางของนักท่องเที่ยวมุสลิมจำนวน 230 ล้านครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางประมาณ 225,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวแบบฮาลาลจึงได้รับความสนใจจากประเทศที่เน้นการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลกในการพยายามเข้าใจการท่องเที่ยวประเภทนี้ เพื่อจะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เข้ามาท่องเที่ยว รวมทั้งประเทศไทย ซึ่งมีประชากรมุสลิมอยู่ประมาณ 4 ล้านคน เป็นศาสนาที่มีผู้นับถือมากสุดเป็นอันดับ 2 รองจากศาสนาพุทธ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2565) การท่องเที่ยวแบบฮาลาลมีลักษณะเฉพาะในการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งการเดินทาง ที่พักและการจัดอาหารต้องถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม รวมไปถึงกิจกรรมที่ทาระหว่างการเดินทาง และกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ ต้องสอดคล้องกับการใช้ชีวิตประจำวันและการปฏิบัติศาสนกิจของชาวมุสลิม (ณิชาภา รัตนพันธ์,2566)

นอกจากนี้ ในสถานการณ์ปัจจุบันสามารถเห็นได้ว่ามีการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิมทำให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงฮาลาล ส่งผลให้การเดินทางของชาวมุสลิมสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น โดยมีการออกแบบสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของพวกเขามักมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น อาหารฮาลาล อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพ เสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม สินค้าในกลุ่มเครื่องสำอาง หรือผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสำหรับการอาบน้ำละหมาดและการละหมาด รวมถึงสเปรย์ฉีดหนังศีรษะที่ออกแบบมาเพื่อให้ความเย็นเหมาะสำหรับการสวมใส่เสื้อผ้าแบบอิสลามหรือฮิญาบ เป็นต้น ทั้งนี้จังหวัดสตูล เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่สุดเขตแดนใต้ของประเทศไทย บริเวณชายฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นชายฝั่งทางด้านตะวันตก ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 973 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 2,807.5 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,549,361 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 3.5 ของพื้นที่ภาคใต้ และร้อยละ 0.5 ของพื้นที่ทั้งหมดในประเทศ จากข้อมูลเชิงสถิติในปี 2566 จังหวัดสตูลมี มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างประเทศ 802,588 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 4,805.51 พันล้านบาท และมีที่พักมากกว่า 3,838 แห่ง (ข้อมูลจากสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดสตูล พ.ศ. 2564 – 2566)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการ Halal tourism ของนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลว่าเป็นอย่างไรบ้าง การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงฮาลาลมีความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมอย่างไร โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับพวกเขา เพื่อให้เกิดความ

ต้องการกลับมาเยือนอีกครั้งหรือการบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งประเด็นปัญหานี้สามารถเป็นข้อมูลในการตัดสินใจต่อผู้บริหาร นักการตลาด และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจในหลักศาสนาอิสลาม รวมถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวมุสลิมอย่างละเอียด เพื่อให้สามารถปรับตัวและเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับมาตรฐานการให้บริการตามหลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงฮาลาลในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสตูล
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสตูล
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยความรู้และความเข้าใจ และ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยความรู้และความเข้าใจมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล
2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องทัศนคติต่อการให้บริการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูล โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยมีวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูล ตามแนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาล (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2563) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (Parasuraman et al., 1990) และ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ (Millet, 2012) โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) ประกอบด้วย (1)คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (2)ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาล

1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาล

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตด้านประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูล ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ค็อกแรน (W.G. Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 จึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่จะศึกษา พื้นที่จังหวัดสตูล เนื่องจากการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดสตูลมีความน่าสนใจและมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั่วโลก

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2567 ถึง พฤศจิกายน 2567

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาล

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (2563) การท่องเที่ยวฮาลาล เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ทุกที่โดยไม่มีข้อจำกัดแต่เนื่องจากบทบัญญัติทางศาสนาที่เคร่งครัด การเดินทางของชาวมุสลิมจึงต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่พักแรม ด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกหลักฮาลาล และด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวของมุสลิมมีรูปแบบไม่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่มีความละเอียดอ่อนในหลักปฏิบัติศาสนกิจ ซึ่งต้องปฏิบัติเป็นกิจวัตรประจำวันทุกวัน ได้แก่ การละหมาด ซึ่งต้องทำการละหมาดให้ครบ 5 เวลา การเดินทางจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อหลักศาสนปฏิบัติด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ

อัจฉราพร ปะทิ (2559) กล่าวว่า ความรู้ ความเข้าใจ หมายถึง การรับรู้ การรับรู้ข้อมูลที่เคยมีประสบการณ์ หรือเคยพบเจอ และสามารถอธิบายได้ เปรียบเทียบในเรื่องนั้น ได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล และสามารถนำความรู้ความเข้าใจนั้น ไปใช้ในสถานการณจริงด์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

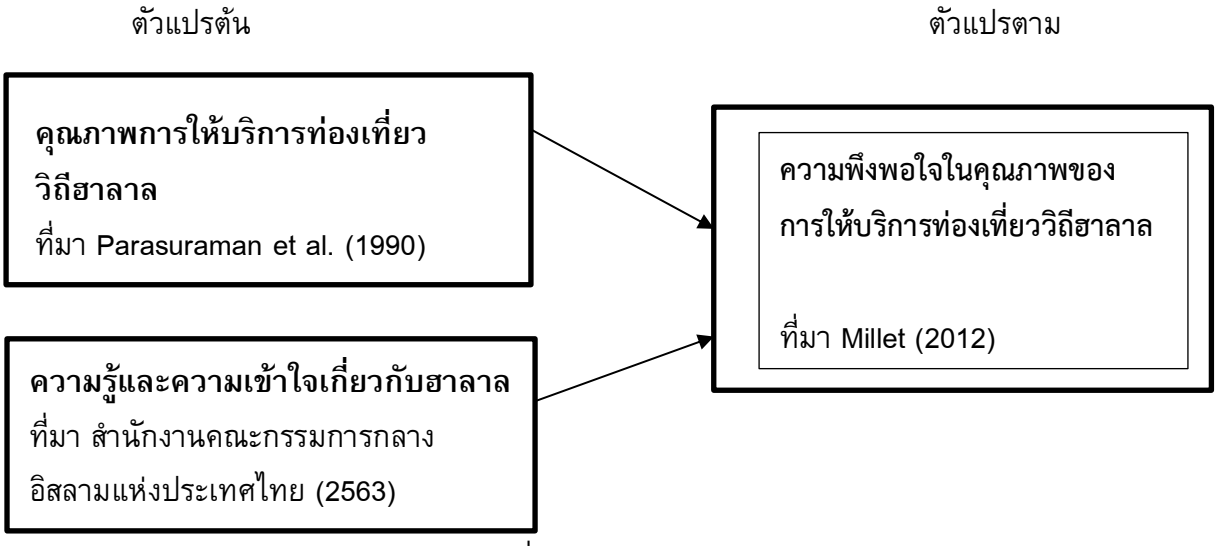
Parasuraman et al. (1990 อ้างถึงใน สุวิมล โภชนา, 2563) กล่าวไว้ว่าคุณภาพการให้บริการ คือ การที่ลูกค้าสามารถประเมินออกมาซึ่งได้เป็นประสบการณ์ทั้งหมด นอกจากนั้นคุณภาพการให้บริการ คือ ตัวชี้วัดเพื่อประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับขั้น เพื่อนำเสนอคุณภาพบริการดีที่สุดซึ่งสิ่งสำคัญอย่างมาก คือ การรับรู้ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง (Exactly wants) สิ่งที่ลูกค้าชื่นชมยินดี (Delight) และสิ่งที่ลูกค้ามีความชอบ (Preference) ภาวะที่ไม่ปรากฏความคาดหวังแต่จะกลายเป็นภาวะที่เกินความคาดหวัง คือ สิ่งที่ลูกค้ารู้สึกชื่นชมยินดี เครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์กร เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการให้ประสพผลสำเร็จ SERVQUAL ประกอบด้วย มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Millet (2012) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้ 1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) 2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) 3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) 4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และ 5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องทัศนคติต่อการให้บริการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูลสามารถเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูล ซึ่งไม่สามารถระบุ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตร การคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G Cochren (1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมให้เกิด 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) รายได้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการให้บริการการท่องเที่ยวฮาลาลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูล และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับการประเมินแล้วได้ค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 1.00 และผู้ศึกษาจึงจะนำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.959 พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง และนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้และรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว นำไปทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ใช้วิธีการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และ แบบสอบถามเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาล และ ความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาล ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) กับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยความรู้และความเข้าใจ และ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด (M=4.33,SD=.0.58) เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกๆ ด้าน เรียงลำดับคุณภาพการให้บริการสูงสุดไปยังลำดับต่ำสุด ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (M=4.38,SD=0.65) รองลงมาคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า(M=4.37,SD=0.62) ต่อมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (M=4.31,SD=0.63) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (M=4.30,SD=0.67) และ อันดับสุดท้ายคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (M=4.30,SD=0.66) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโดยรวม

คุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.30	0.66	มากที่สุด
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	4.30	0.67	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.31	0.63	มากที่สุด
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.38	0.65	มากที่สุด
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.37	0.62	มากที่สุด
โดยรวม	4.33	0.58	มากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาล พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลโดยรวมในระดับมากที่สุด (M=4.38,SD=.0.56) เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลอยู่ในระดับมากที่สุดทุกๆ ด้าน เรียงลำดับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลสูงสุดไปยังลำดับต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (M=4.39,SD=0.58) รองลงมาคือ ด้านอาหาร(M=4.38,SD=0.58) และ อันดับสุดท้ายคือ ด้านสถานที่พักแรม (M=4.37,SD=0.61) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลโดยรวม

ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.39	0.58	มากที่สุด
ด้านสถานที่พักแรม	4.37	0.61	มากที่สุด
ด้านอาหาร	4.38	0.58	มากที่สุด
โดยรวม	4.38	0.56	มากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาล พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาลโดยรวมในระดับมากที่สุด (M=4.33,SD=.0.58) เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่าความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาลอยู่ในระดับมากที่สุดทุกๆ ข้อ เรียงลำดับความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาลสูงสุดไปยังลำดับต่ำสุด ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสาหรับการท่องเที่ยวมุสลิม เช่น มหกรรมฮาลาล เป็นต้น (M=4.40,SD=0.72) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่/พนักงานมีความเข้าใจวัฒนธรรมและมารยาทของชาวมุสลิม (M=4.40,SD=0.70) ต่อมาคือ ท่านได้รับบริการตามความเหมาะสมตามหลักฮาลาล (M=4.36,SD=0.75) การให้รายละเอียดและบริการสำหรับชาวมุสลิมอย่างชัดเจน เช่น เครื่องหมายฮาลาล ภาษาอาหรับ (M=4.35,SD=0.76) ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การหยุดพักละหมาดระหว่างทาง มีร้านอาหารฮาลาลระหว่างทาง ฯลฯ (M=4.34,SD=0.76) ท่านได้รับการจัดทำรายการนำเที่ยวเฉพาะของมุสลิม (M=4.34,SD=0.76) การโฆษณารายการนำเที่ยวของมุสลิมผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร อินเตอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ (M=4.29,SD=0.82) สถานที่พักตั้งอยู่ใกล้มัสยิด หรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (M=4.28,SD=0.80) การลดราคาแหล่งท่องเที่ยวแก่ ชาวมุสลิม (M=4.27,SD=0.77)และ อันดับสุดท้ายคือ การลดราคาที่พักและ แหล่งท่องเที่ยวแก่ชาวมุสลิม (M=4.24,SD=0.84) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาลโดยรวม

ความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยวฮาลาล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ท่านได้รับบริการตามความเหมาะสมตามหลักฮาลาล	4.36	0.75	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่/พนักงานมีความเข้าใจวัฒนธรรมและมารยาทของชาวมุสลิม	4.40	0.70	มากที่สุด
ท่านได้รับการจัดทำรายการนำเที่ยวเฉพาะของมุสลิม	4.34	0.76	มากที่สุด

การโฆษณารายการนำเที่ยวของมุสลิมผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร อินเตอร์เน็ต หนังสือพิมพ์	4.29	0.82	มากที่สุด
สถานที่พักตั้งอยู่ใกล้มัสยิด หรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา	4.28	0.80	มากที่สุด
การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสาหรับการท่องเที่ยวมุสลิม เช่น มหกรรมฮาลาล เป็นต้น	4.40	0.72	มากที่สุด
การลดราคาที่พักและ แหล่งท่องเที่ยวแก่ชาวมุสลิม	4.24	0.84	มากที่สุด
การลดราคาแหล่งท่องเที่ยวแก่ ชาวมุสลิม	4.27	0.77	มากที่สุด
ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การหยุดพักละหมาดระหว่างทาง มีร้านอาหารฮาลาลระหว่างทาง ฯลฯ	4.34	0.76	มากที่สุด
การให้รายละเอียดและบริการสำหรับชาวมุสลิมอย่างชัดเจน เช่น เครื่องหมายฮาลาล ภาษาอาหรับ	4.35	0.76	มากที่สุด
โดยรวม	4.33	0.61	มากที่สุด

4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลรวม 63.30 % ส่วนที่เหลืออีก 36.70 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ F = 136.156 ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม สรุปได้ว่า ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล

Model	**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
	B	**Std. Error**	β		
ค่าคงที่ (Constant)	.690	.142		4.862	.000

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.109	.051	.117	2.120	.035*
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	.139	.052	.152	2.646	.008*
ด้านการตอบสนองลูกค้า	.297	.065	.305	4.537	.000*
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	.055	.063	.058	.877	.381
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	.241	.054	.242	4.419	.000*
SE_{est}= ±0.375 R = 0.796, R^2= 0.633, Adjusted R^2= 0.629 F =136.156					

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความรู้และความเข้าใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ปัจจัยความรู้และความเข้าใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พักแรม และ ด้านอาหาร ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลรวม 83.40 % ส่วนที่เหลืออีก 16.60 % มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ F = 663.471 ค่า Sig. มีค่า เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม สรุปได้ว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พักแรม และ ด้านอาหารมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยความรู้และความเข้าใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล

Model	**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
	B	**Std. Error**	$\boldsymbol{\beta}$		
ค่าคงที่ (Constant)	.012	.100		.120	.904
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	.112	.043	.106	2.598	.010*
ด้านสถานที่พักแรม	.178	.048	.177	3.688	.000*
ด้านอาหาร	.701	.042	.667	16.553	.000*
SE_{est}= ±0.252 R = 0.913, R^2= 0.834, Adjusted R^2= 0.833 F =663.471					

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยอภิปรายอิทธิพลของปัจจัยความรู้และความเข้าใจ และ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีประเสริฐ, เชนินทร์ และอับเราะห์มาน (Sriprasert, Chainin & Abd Rahman, 2014) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “พฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวฮาลาลในอ่าวอันดามันของประเทศไทย: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวมุสลิมจากเอเชีย” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและการสร้างงานที่ยั่งยืนในทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา ด้วยเหตุนี้จึงมีการนำเสนอแนวทางต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การดึงดูดกลุ่มตลาดใหม่ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เป็นตลาดเฉพาะกลุ่มขนาดใหญ่สำหรับอุตสาหกรรมนี้ ดังนั้น การเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของตลาดใหม่นี้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมจากเอเชียที่เดินทางมายังอ่าวอันดามันในประเทศไทย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่สะดวกและการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวผ่านแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง ซึ่งได้ทำการสำรวจนักท่องเที่ยวมุสลิมจำนวน 280 คนในพื้นที่ดังกล่าว ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการมองเห็นและสัมผัสประสบการณ์ในปลายทางต่างประเทศเป็นปัจจัยหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังอ่าวอันดามัน นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตยังเป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยรูปแบบการเดินทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือการท่องเที่ยวแบบดวงอาทิตย์และทะเล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเช่ารถยนต์และเดินทางพร้อมครอบครัว พวกเขายังแสดงความต้องการสูงในการมีสติกเกอร์หรือทิศทาง Qibla ไปยังเมืองมักกะห์ในห้องพักของโรงแรม รวมถึงความต้องการในการมีอาหารฮาลาลและมัสยิดที่เข้าถึงได้ง่าย ดังนั้น ผลการศึกษานี้จึงเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าสำหรับผู้กำหนดนโยบายและนักธุรกิจในการวางกลยุทธ์และแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในอ่าวอันดามันของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความรู้และความเข้าใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยความรู้และความเข้าใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก แรม และ ด้านอาหารมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนินทร์ สังขดวง และจิระนาถ รุ่งช่วง (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.5 เลือกใช้บริการจากสถานประกอบการที่มีการให้บริการฮาลาลทั้งในรูปแบบเต็มรูปแบบและเฉพาะบาง

พื้นที่ นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการรับรู้ระดับการให้บริการ และการรับรู้ระดับการให้บริการยังมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิจัยนี้นำไปสู่ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบฮาลาลต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาโมเดลนี้ อาจจะมีการนำผลการวิจัยไปปรับใช้และพัฒนาเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาลเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และ เป็นการตอบสนองนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าความรู้และความเข้าใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยววิถีฮาลาลอย่างจริงจัง โดยครอบคลุมทุกองค์ประกอบทั้งสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ที่พัก และการบริการของบุคลากร เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการทางศาสนาอิสลามอย่างครบถ้วน

เอกสารอ้างอิง

ณิชาภา รัตนพันธ์.(2566).การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธนินทร์ สังขดวง และจิระนาถ รุ่งช่วง.(2560).การรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,13(1),134-168.

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย.(2563). การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal Tourism), สืบค้นจาก www.depthai.go.th/DEP/DOC/54/54001251.pdf

อัจฉราพร ปะทิ. (2559). ความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนต่อการคุ้มครองคนไร้ที่พึ่ง : กรณีศึกษาประชาชนในตำบลผาสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Cochran, W.G. (1977), Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons. Inc.

Millet, D. John. (2012). Management in the Public Service. New York: McGraw-Hill.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1990). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41–51.